

# 卡诺顾客满意度模型在小型药品批发企业中的应用研究

胡志宇, 张悟移

(昆明理工大学 管理与经济学院, 云南 昆明 650093)

**摘要:** 选择卡诺 (Kano) 顾客满意度模型, 对小型药品批发企业的 CS 体系进行实证研究; 根据卡诺模型, 将企业服务的质量特性划分为 3 类 16 项指标, 并将卡诺模型应用于一家具体的小型药品批发企业, 基于调查结果, 提出了企业服务的改进对策, 为企业实施 CS 管理、改进服务质量提供了方向, 帮助企业达到提高顾客满意度的目的。

**关键词:** Kano 模型; 顾客满意度; 药品批发企业

**中图分类号:** F202 **文献标识码:** A **文章编号:** 1007-855X(2007)05-0114-04

## Research on Small Drug Distributors Based on Kano Customer Satisfaction Model

HU Zhiyu ZHANG Wu-yi

(Faculty of Management and Economics, Kunming University of Science and Technology, Kunming 650093, China)

**Abstract** Kano customer satisfaction model is used to positively explore the CS system of small drug distributors. According to Kano model, the quality characteristics of enterprise service are classified as three kinds and sixteen indexes. Kano model is applied to a concretely small drug distributor. On the basis of investigative results, it is reported that the improvement countermeasure of enterprise service, the direction of the CS management of enterprise implementation and the improvement of service quality are put forward, and that more customer satisfaction is gained for the enterprises.

**Key words** Kano model; customer satisfaction; drug distributor

### 0 引言

随着我国市场经济体制的发展和完善, 买方市场已经形成。顾客满意是企业生存与发展的决定因素, 对于中、小企业来说, 要在激烈的市场竞争中生存并发展, 就必须做到让顾客满意。在企业内部构建顾客满意度 (CS (customer satisfaction)) 体系, 实施顾客满意度战略十分必要。

中国引入 CS 概念的时间不长, 在小型企业中构建 CS 体系的不多, 而在小型药品批发企业中建立 CS 体系的几乎没有。通过选择卡诺模型对构建的 CS 体系进行实证研究, 希望探索一套在小型药品批发企业中构建 CS 体系的方法, 为中、小型医药企业找出并确定影响 CS 的关键指标, 为中、小型医药企业的发展提供一定的帮助, 使企业在竞争中立于不败之地。

### 1 卡诺 (Kano) 模型简介

1) 卡诺模型 (Kano Model) 是由日本质量管理专家 Noritaki Kano 博士于 1984 年提出。卡诺模型有助于去理解顾客满意的概念, 该模型根据顾客对产品或服务的预期感受重要程度、以及质量特性的实现程度即满意度, 把产品或服务的质量划分为 3 种类型, 即当然质量、期望质量和迷人质量, 如图 1 所示。由卡诺顾客满意度模型可知, 企业所提供的产品和服务必须保证当然质量, 不断改进期望质量, 积极开发迷人质量。当然, 产品或服务的当然质量和迷人质量具有针对性。除了这 3 种质量类型以外, 卡诺模型还引入了时间因素, 即随着时间的推移和竞争的推动、科技的进步、管理水平的提高以及顾客需求和偏好的变化, 呈现

收稿日期: 2007-03-13

第一作者简介: 胡志宇 (1978-), 男, 在读工程硕士, 主要研究方向: 营销工程, E-mail: yujaxue96@sina.com

出由迷人质量到期望质量,再由期望质量到当然质量的自然过渡过程<sup>[1~3]</sup>。

2) Kano模型的测评方法.运用卡诺模型来进行顾客满意度测评,需要计算产品或服务的质量特性的重要程度,以及顾客对该产品或服务的质量特性的满意程度.对产品或服务的质量特性的重要程度、满意程度的度量属于态度测评的范畴,因此要运用态度测评技术.

在调查中,主要有 3 种通用的态度测评技术:直接等级标度法、直接打分法、塞迪的两两比较 1~9 标度法,其中直接等级标度法所得的数据的偏度小、峰度高,而且该方法比较接近人们的判断习惯.在测评的过程中,从顾客到统计人员都很容易理解这 5 级标度的含义,是较常用的方法,本研究将采用该方法<sup>[1,2,5]</sup>。

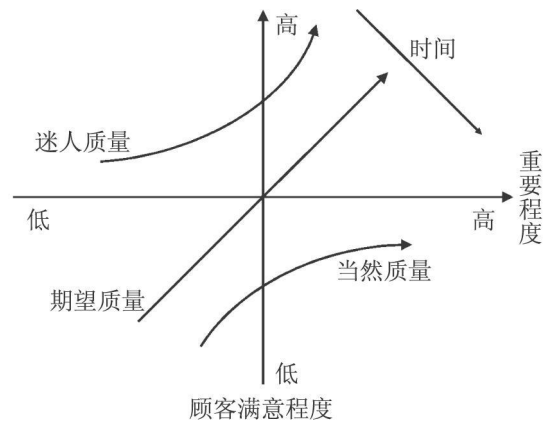


图1 卡诺模型  
Fig.1 Kano model

## 2 顾客满意度测评的实证研究

### 2.1 调查问题的确定及调查表的设计

为了进行本研究,笔者查阅了大量的文献资料,进行了深入研究,对个别顾客、销售员、管理人员进行了个别访谈,最终确定从以下 3 个方面开展调查并设计相应的调查表<sup>[3,4]</sup>。

#### 2.1.1 公司所售药品的质量

质量对于药品经营企业来说是永恒的主题,良好的质量是公司生存和发展的基础,开展此方面的调查对公司来说是必不可少的.针对药品的质量我们设计了以下 4 个指标:①公司所销售药品的价格;②公司所销售药品的种类(品种能否满足需求);③公司所销售药品的质量;④公司所销售药品的品牌;

#### 2.1.2 公司提供的服务

服务是公司向顾客提供的一项重要“产品”,服务质量的好坏可直接影响公司的销售额,对公司业绩有影响.同时它也是顾客满意度研究中的一个重点内容,良好的服务质量对顾客满意度的提高有很大帮助.我们设计了以下 7 个指标:①销售人员服务态度;②销售人员对药品性能的介绍;③销售人员及时准确为您提供服务;④销售人员仪表;⑤药品使用咨询;⑥按销售单准确发货;⑦送货是否准时;

#### 2.1.3 对公司其他印象

主要根据前期访问的情况来制定,顾客对以下方面感兴趣.①收款方式;②营业厅环境;③销售程序(确认客户身份→开单→付款→发货)安排;④公司的信誉.

### 2.2 问卷发放及回收

本次调查共发放问卷 150 份,回收 123 份有效 121 份.调查数据的汇总分析及运行结果如表 1 所示.对以上数据进行分析后可得到卡诺顾客满意度模型的运行结果,如图 2 所示.

从图中可以看出,药品使用咨询、销售人员对药品性能的介绍、公司所销售药品的品牌属于当然质量;销售人员仪表、销售程序安排、送货是否准时、营业厅环境、公司所销售药品的种类、药品退货处理方式、收款方式、销售人员及时准确提供服务、按销售单准确发货、公司的信誉、销售人员服务态度等属于期望质量;公司所销售药品的价格、公司所销售药品的质量属于迷人质量.

## 3 对策

根据卡诺顾客满意度模型基本原则,公司所提供给客户的产品和服务必须保证当然质量,不断改进期望质量,积极开发迷人质量.由此,公司针对调查中发现的问题并结合自身实际情况提出了以下对策.

### 3.1 公司所销售的药品方面

公司在保证所售药品的质量合格和药品低价格方面得到了客户的好评,这是公司目前的优势,应当继续保持.在药品种类和品牌方面,加强与其它药品销售企业的合作与联系,适当扩大经营品种,销售知名度

高的品牌,尽可能满足客户需求,有效提升公司所售药品的整体质量.

表 1 调查数据的汇总

Tab 1 Total of the investigative data

调查问题	重要程度		满意程度	
	汇总得分	平均分	汇总得分	平均分
1. 公司所销售药品的价格	527	4.36	475	3.93
2. 公司所销售药品的种类	480	3.97	374	3.09
3. 公司所销售药品的质量	551	4.55	461	3.81
4. 公司所销售药品的品牌	430	3.55	344	2.84
5. 销售人员服务态度	427	3.53	452	3.74
6. 销售人员对药品性能的介绍	378	3.12	331	2.74
7. 销售人员及时准确为您提供服务	407	3.36	424	3.50
8. 销售人员仪表	324	2.68	337	2.79
9. 药品使用咨询	360	2.98	308	2.55
10. 按销售单准确发货	465	3.84	424	3.50
11. 送货是否准时	447	3.69	361	2.98
12. 药品退货处理方式	354	2.93	366	3.02
13. 收款方式	332	2.74	372	3.07
14. 销售程序	301	2.49	349	2.88
15. 营业厅环境	347	2.87	355	2.93
16. 公司的信誉	446	3.69	442	3.65

将表 1 所汇总的数据进行分析,对数据进行加权平均后得表 2

### 3.2 公司提供的服务方面

公司建立了员工培训制度,并以制度化的形式来提高销售人员专业水平,增强员工对药品性质和功能地了解.其次,加强对销售、配货、送货人员的管理,由公司统一发放工作服,注重仪表;提高工作实效,严格发货制度与出库复核制度,减少差错事故的发生;加强对送货人员的指导,制定合理的送货路线,节约时间,提高效率.

### 3.3 对公司其他印象

这方面的指标均属于期望质量,在收款方式方面,对信誉良好的客户实行优惠的收款政策,可适当放宽收款的期限.公司营业厅环境可通过适当增加客户休息区域面积、改用更舒适的休息椅来提高这方面的满意度.而在销售程序方面以加快工作速度的方式来提高满意度.

要保持和提高公司的信誉就必需在日常经营活动中依法经营,诚实守信才能有效提高公司信誉.

### 3.4 其它方面

为了有效保住公司的老客户和开发新客户,我们开始建立客户档案,确定客户类别,建立定期访问制度,完善顾客投诉处理制度,一切以顾客满意为原则,最终提高公司的经营业绩.

表 2 加权平均后的顾客满意度测评结果

Tab 2 Evaluation results of customer satisfaction after weighed average

调查问题	重要度	满意度	差距
1. 公司所销售药品的价格	4.36	5.03	0.67
2. 公司所销售药品的种类	3.97	3.61	-0.36
3. 公司所销售药品的质量	4.55	5.10	0.55
4. 公司所销售药品的品牌	3.55	2.97	-0.58
5. 销售人员服务态度	3.53	3.88	0.35
6. 销售人员对药品性能的介绍	3.12	2.51	-0.61
7. 销售人员及时准确为您提供服务	3.36	3.47	0.10
8. 销售人员仪表	2.68	2.19	-0.48
9. 药品使用咨询	2.98	2.23	-0.75
10. 按销售单准确发货	3.84	3.96	0.12
11. 送货是否准时	3.69	3.24	-0.45
12. 药品退货处理方式	2.93	2.60	-0.32
13. 收款方式	2.74	2.48	-0.26
14. 销售程序	2.49	2.11	-0.38
15. 营业厅环境	2.87	2.47	-0.39
16. 公司的信誉	3.69	3.96	0.27

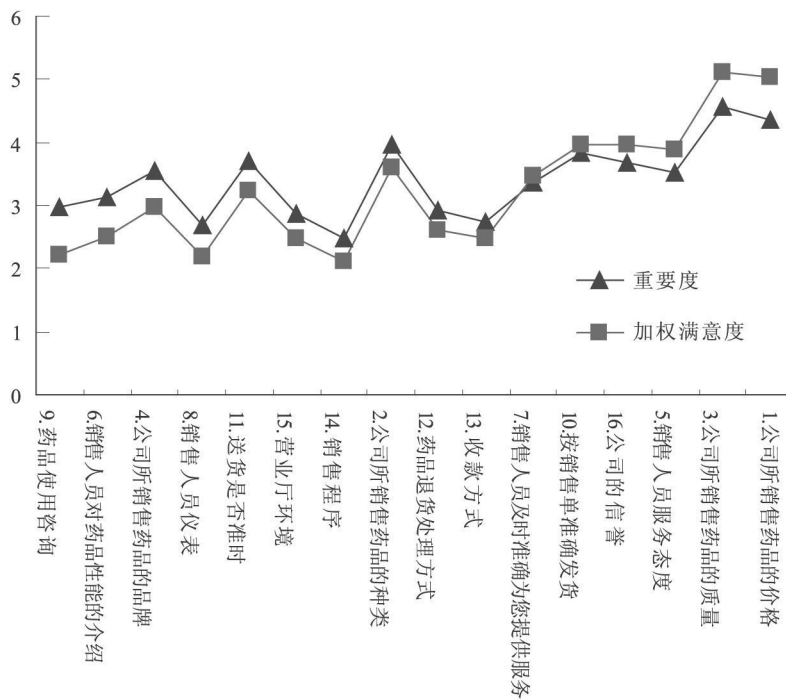


图2 卡诺顾客满意度模型的运行结果

Fig. 2 Operation results of Kano customer satisfaction model

## 4 结论

公司通过上述顾客满意度调查的前期准备和调查的开展以及调查后进行的对策研究, 使顾客满意度这一概念深入人心, 在公司上下形成了一切为顾客着想, 顾客至上的观念, 通过培训和相关制度的建设, 提高了服务质量. 公司运用 Kano 模型进行了顾客满意度研究, 找出了服务质量的特性, 为服务质量的提高提供了方向, 初步完成了公司顾客满意度体系的构建, 提升了公司的管理水平, 增强了竞争力.

## 参考文献:

- [1] 刘宇. 顾客满意度测评 [M]. 北京: 社会科学文献出版社, 2003
- [2] 国家质检总局质量管理司, 清华大学中国企业研究中心. 中国顾客满意指数指南 [M]. 北京: 中国标准出版社出版, 2003
- [3] 王殊轶, 钱省三. Kano模式在医院服务质量管理中的应用研究 [J]. 工业工程与管理, 2005(4): 105- 106
- [4] 王恕, 杨文展, 王丹. CS工程: 医药企业营销竞争的新要素 [J]. 中国药房, 2000, 11(1): 3- 4
- [5] 罗正清, 方志刚. 常用客户满意度研究模型及其优缺点分析 [J]. 贵州财经学院学报, 2002(6): 14- 17.